

TOMS 创始人、首席赠鞋官麦考斯基：

我们不解决贫困，我们贩卖价值观

从长城下来的第二天，麦考斯基来到北京师范大学中国公益研究院与公众分享 TOMS 的故事。在与瑞森德企业社会责任机构总裁段德峰的对话中，麦考斯基解读了 TOMS 发展过程中以及未来的经营策略。以下内容整理自当天对话。

段德峰：据我所知，并不是所有人都了解 TOMS “卖一捐一”的模式，但依然有不少人出于鞋子的舒适度和时尚而购买 TOMS 鞋。在你没有任何鞋业经验之前，你是如何在产品质量上推出这个品牌？

麦考斯基：TOMS 最初的鞋来自于阿根廷的手工业者，他们对做鞋有多年的经验，既让鞋底能充分保护脚部，又让鞋底紧贴地面，即使走上一天也不会累。而且 TOMS 鞋正好符合潮流的趋势，如同 iPhone 一样，简约即是美。但我还是想强调，我对引领鞋业改变并不感到激动，激动的是这项事业对于公益的改变。

段德峰：比起许多名牌，TOMS 鞋的售价并不高，甚至有

人希望 TOMS 加价以符合消费者的炫耀心理，对此你怎么看？

麦考斯基：的确，不少消费者购买价格昂贵的产品来显示自己的收入或地位，但 TOMS 希望能改变这个观点，让人们购买有价值观的产品来显示自己的与众不同。如果真能做到这一点，这个世界肯定能变得更好。

段德峰：中国有世界上最多的脚，你准备什么时候把中国变成 TOMS 最大的市场？

麦考斯基：这个进程实际刚刚开始。作为企业家，我拜访中国的原因就是要来研究这个市场，并反复确认我们的信息、使命和方式在这里被准确地传递。我们意识到这是一个巨大的挑战——如果我们能在中国树立起正确的形象，我们能够卖出更多的鞋，从而捐出更多的鞋。

值得自豪的一点是，中国是我们唯一一个同时进行制造、销售和捐赠市场。

段德峰：在 TOMS 之后，世界各地都有抄袭 TOMS 款式的品牌，对此你怎么看？



5月21日下午，麦考斯基与350名来自北京高等学府的大学生一同在海淀区进行了一场“赤足步画”活动，将 TOMS 的爱心善举定格在每一位参与者的心里

麦考斯基：回击山寨品牌最好的策略就是继续专注于自己品牌的事业，专注于自己的设计，专注于自己的创新。如果我们疲于与这些对 TOMS 造成伤害的抄袭者交涉的话，我们便没有精力发展自己的业务。我们最佳的回击方式就是坚持讲述 TOMS 的故事，不断创造机会让大家接触这个品牌。我相信，只要越来越多的人了解“卖一捐一”的模式，只要我们通过这种模式帮到更多的儿童，就会有越来越多的人不去买山寨品牌。

段德峰：许多公益组织都在尝试与 TOMS 展开合作，那么 TOMS 在中国选择的公益伙伴的标准是什么？

麦考斯基：我们一直按照严格的方法谨慎选择公益伙伴。因为我们的事业不是建立在一次

性行为之上，而是建立上持续不断的捐鞋过程之上，所以我们选择的公益伙伴必须在持续性上有着出众的表现。我们并不认为捐鞋本身就能解决贫困问题，而是通过这一双鞋，孩子们能建立自尊和自信。我们公益伙伴所在的具体公益领域不重要，可以是医疗、教育或扶贫，但最关键的是，他们需要在所处的社区中拥有长期的使命，为当地人们的生活质量而服务。

段德峰：除了鞋之外，TOMS 已经把生产线延伸到眼镜和咖啡上，这个策略是如何做出的？

麦考斯基：我们之所以如此推崇“卖一捐一”模式，是因为这个模式可以被推广到其他领域。大家都知道，良好的视力是健康生活中很关键的一环，但许多乡村地区的近视孩子买不起眼镜而看不清黑板上的字。所以在几年前，我们增设了太阳镜生产线，消费者每购买一副太阳镜，我们向外捐赠一副普通眼镜。通过这样的方式，我们希望能把“卖一捐一”模式更快地推广到更多方面。
(高文兴)

改变世界的九大“卖一捐一”品牌

随着 TOMS 开创的“卖一捐一”模式流行开来，全世界出现了不少这样的公司。以下这些品牌都是让好设计与行善事相结合的最佳例子。



1. 吃得满足：This Bar Saves Lives

在全世界，每 12 秒就有一名儿童因严重的急性营养不良而丧命。听起来很恐怖对吗？This Bar Saves Lives 的目标就是与这一全球性问题进行抗争。这家公司每售出一份美味健康的巧克力块，就会捐出一包救生食品。你既能享用健康的食物，又能帮助羸弱的儿童获取急需的营养，何乐而不为？



2. 睡得安心：The Little Bee Co.

刚出生的宝宝怎么可以没

有尿片的保护？每售出一片尿布，小蜜蜂公司就会为一名孤儿捐出一片布制尿布。它的尿布有不同的颜色，每种颜色都代表了亟需帮助的某个特定群体的孩子。



3. 看得清晰：141 Eyewear

你是否在考虑换新眼镜？那就去 141 眼镜店配一副时尚且环保的眼镜吧！新眼镜能让你在工作时提高效率，不仅如此，每卖出一副眼镜，141 眼镜店都会捐出一副眼镜给需要它的人们。



4. 照得明亮：BoGo 照明

有着安装好的太阳能电池板，高效率的 LED 灯和紧凑结实的设计，BoGo 照明能够为全世界的社区带来安全可更新的光源。每卖出一只手电筒，BoGo 就会捐出另一只给亟需之人，你还

可以选择想要捐献的家庭、学校或者慈善机构。



5. 裹得暖心：Everything Happy 快乐毛毯

快乐毛毯把你最喜欢的毛绒动物和舒适的毯子结合在一起。这一品牌践行“爱即给予”的原则，每售出一件商品，就会捐出一条快乐毛毯给医院或孤儿院的孩子。对了，忘了告诉你，快乐毛毯的创始人 David Holdridge 只有七岁哦！



6. 喝得舒畅：People Water

每打出一口新井或修好一口旧井，都为社区提供了饮用健康水资源的新机会。People Water 的 Drop for Drop 活动通过创新的“卖一捐一”模式来实现这一目标。每卖出一瓶水，

People Water 都会为缺水的人们捐出等量的纯净水。



7. 读得愉快：Better World Books

不管你在世界上的什么地方，你都能够通过 Better World Books 让他人享受到阅读的快乐。致力于为全球的家庭普及知识，这家公司开展了 Book for Book 项目：他们每卖出一本书，都会捐一本书给 Better World 的非营利教育合作伙伴：Books for Africa 和 Feed the Children。

8. 治得放心：FIGS

“卖一捐一”模式能应用到医疗领域吗？对于企业家 Heather Hasson 和 Trina Spear 来



说，当然没问题！

FIGS 打破了医疗服装沉闷无聊不舒适的传统形象，为医护人员提供他们工作所需要的服饰。通过 Threads for Threads 活动，每售出一件商品，FIGS 都会捐出一份清洁干净的医护服装给需要它们的医护人员。

9. 汪得开心：DOG for DOG

买一只狗送一只狗？（你在想什么?!）DOG for DOG 是一个纯天然、不含颗粒物的狗粮品牌，致力于为狗狗们提供美味营养的食物。别忘了，我们毛茸茸的忠诚朋友也应该享受更加快乐和健康的生活。而你每买一份 Dog for Dog 的商品，就同时为饥饿的狗狗捐出一份相同的狗粮。
(据 BottleDream.com)

